

地域イベントのある都市河川における場所愛着の分析

熊本大学工学部 学生会員 ○丸山 宗吾 熊本大学 正会員 星野 裕司
熊本大学 正会員 増山 晃太

1. はじめに

1-1. 背景と目的

環境心理学では、住み慣れた場所や行きつけの場所あるいは環境への好意的な感情を「場所愛着」と呼んでいる¹⁾。場所愛着には安心感や目標達成のサポート、さらに、環境態度や環境行動を高める効果があるとされている。また、都市河川においては、1997年の河川法改正で川づくりの目的に「環境」という項目が追加されたことや地域の意見を反映した河川整備の計画制度の導入により、住民にとって貴重な憩いの場としての機能が近年重視されている。加えて、近年はミズベリングといった行政や住民、企業が一体となった地域イベントも行われている。

このような状況から、河川空間の利活用を向上させるためには、地域イベントが行われている河川空間の場所愛着を把握することが重要であるといえる。そこで本研究では、地域イベントが行われている河川空間を対象として、場所愛着を調査する。地域団体関係者と周辺住民との差異や基本属性や利用実態との関連性を明らかにし、河川の場所愛着を向上する要因について新たな知見を得ることを目的とする。

1-2. 研究対象

本研究では、白川夜市等の地域イベントが行われている白川「緑の区間」を対象とする(図-1)。「緑

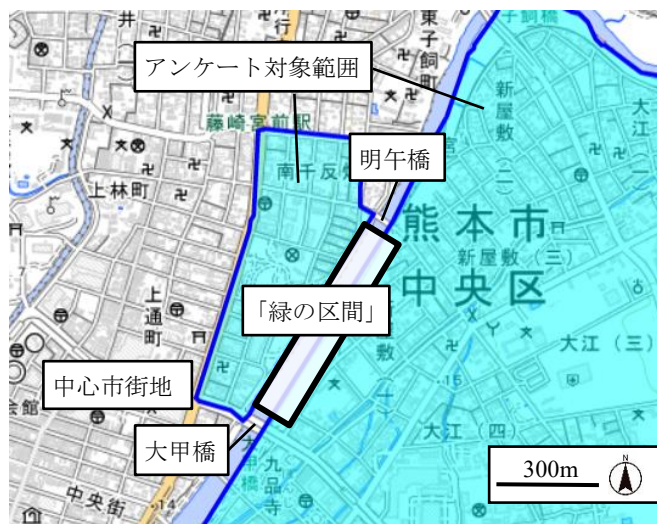


図-1 「緑の区間」周辺図 (出典：国土地理院)

の区間」は大甲橋～明午橋の間の区間約 600m を指す。白川水系河川整備計画により、2015年(平成27年)から改修後の新たな利用がなされ、ミズベリングの一環として白川夜市が左岸で行われている。白川夜市は、運営を行なう「Shirakawa Banks」やそのサポートを行なう『白川「緑の区間」の利用を考える協議会』(以下、協議会とする)が関わっている。

「緑の区間」周辺は、右岸側に熊本市の中心商業地域があり、観光名所である熊本城も近い。左岸側には住宅地が広がり、教育機関も集中している。

本研究の対象者は、「緑の区間」の日常的な利用や白川夜市等のイベントの参加経験があると考えられる水道町や大江地区といった「緑の区間」の周辺住民である。加えて、地域団体の関係者として協議会及びその作業部会の会員も対象者とする。

2. 研究方法

2-1. プレ調査

「緑の区間」の地域イベントの利用者の利用実態や利用意識の傾向を把握するために、白川夜市の来場者及び関係者を対象としたヒアリング調査を行なった。調査概要および愛着評価項目を表-1に、その結果を図-2に示す。愛着評価は5段階で行なう。

結果から、問7において「ややそう思う」以上の回答者は以降の評価も肯定的なものが多く、反対に、「どちらでもない」以下の回答者は否定的な評価が多いことがわかった。よって、場所愛着は持続願望や社会的な貢献意識につながる考えられる。

表-1 プレ調査の概要

調査日	9月26日(土) 17:30~21:00(快晴)	
結果	集計数 15人(内、関係者は男性1人)	
	男性:10人	女性:5人
愛着評価	問7:「緑の区間」への愛着の有無 問8:「緑の区間」への持続願望 問9:お気に入りの場所の有無 問10:「緑の区間」に関わる地域活動の参加の意志	

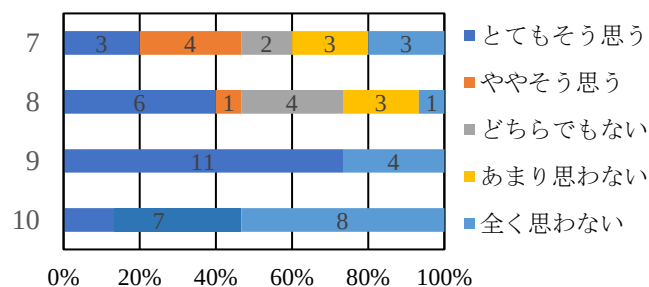


図-2 プレ調査（愛着評価項目）の結果

2-2. 本調査

本調査として、「緑の区間」周辺住民及び協議会関係者へアンケートを行なった。周辺住民へのアンケート票は、配布者が各住宅へ無作為にポスティングを行なった。アンケート票は、右岸側（南千反畑町・水道町）95部、左岸側（大江・新屋敷・九品寺）905部の合計1,000部を対象範囲として配布した(図-1)。関係者へのアンケートは実際に協議会にて出席者にアンケート票を配布し、その場で回収した。現状、関係者アンケートは27名中11名が回収済みである。

配布したアンケート票の内容を表-2に示す。基本属性と利用実態は選択肢から最も当てはまるものを選び、愛着評価項目は5段階評価とした。愛着評価は、問1~5を物理的環境、問6~10を個人的感情、問11~15を社会的行動に関する質問項目とする。

3. 集計結果

関係者のアンケート結果を図-3に示す。物理的環境は問1をはじめ全体的に高く、問5の回答が最も「ややそう思う」以上の回答が少なかった。また、問8は、定住意識の項目で、この回答が最も肯定的な意見が少なかった。問15といった社会的行動は、基本的に過半数が肯定的な回答をしていた。

表-2 アンケート内容

基本属性	性別, 年齢, 職業, 居住地域, 居住年数
利用実態	利用場所, 利用頻度, 1回あたりの利用時間 利用する時間帯, 利用目的
愛着評価	1. 安心感, 2. 景観・自然環境 3. 他の河川との比較, 4. 目標達成 5. 日常利用
	6. 思い出の有無, 7. 過去との比較
	8. 定住意識, 9. 帰属意識, 10. 持続願望
	11. 友人にも知ってもらいたい 12. 地域活動への貢献, 13. 被災時の支援 14. 地域住民との交流, 15. 地域団体への所属

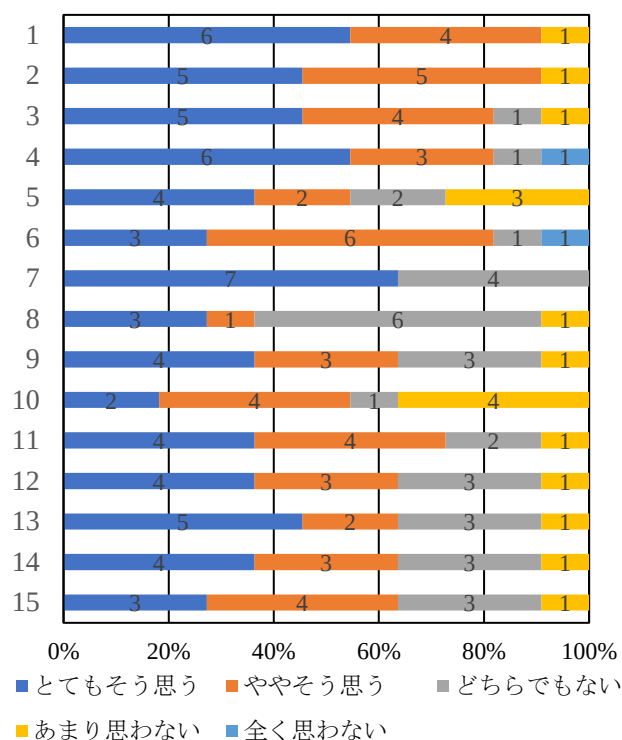


図-3 関係者アンケートの結果

この結果から、物理的環境や社会的行動の評価は基本的には高いが、仕事の業務として携わっている関係者も在籍しているため日常利用や定住意識の評価が低くなることが考えられる。

今後は周辺住民のアンケートをまとめ、関係者と周辺住民とのアンケートの結果の比較を行ない、これらの利用実態や愛着の差異を把握する。

4. アンケート結果の分析

調査から得られた結果の分析について論ずる。関係者アンケートはクロス集計を行ない、基本属性や利用実態と愛着の関連性を分析する。周辺住民のアンケートは相関分析やクラスター分析を行ない、愛着評価の傾向を把握する。

5. おわりに

本稿では、アンケート結果をもとに場所愛着の分析を行なった。今後は分析結果から、地域団体関係者と周辺住民との差異や基本属性や利用実態と場所愛着との関連性を明らかにする。最終的には河川の場所愛着を向上する要因について考察を行なう。

【参考文献】

- 1) 大谷 華：場所と個人との情動的なつながり-場所愛着, 場所アイデンティティ, 場所感覚-, 環境心理学研究 第1巻第1号, pp.58-67, 2013
- 2) Leila Scannell, Robert Gifford: Defining place attachment: A tripartite organizing framework, Journal of Environmental Psychology Vol.30 pp.1-10, 2010